



UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी (नैनीताल)

**Certificate Course in Salesmanship & Marketing
ASSIGNMENT**

विक्रय कला एवं विपणन में प्रमाण पत्र सत्रीय कार्य

Last Date of Submission: 15 June 2011. (जमा करने की अन्तिम तिथि: 15 जून 2011)

Course Title: Marketing for Managers

Course Code: C.C.S.M-02

कोर्स शीर्षक: प्रबन्धकों के लिये विपणन

कोर्स कोड: सी0सी0एस0एम0-02

Year: 2010-11 (Winter)

Maximum Marks: 40

सत्र- 2010-11 (शीतकालीन)

अधिकतम अंक- 40

Section-A

भाग – क

Section 'A' contains 08 short answer type questions of 5 marks each. Learners are required to answer 4 questions only. Answers of short answer-type questions must be restricted to 250 words approximately.

भाग क में आठ लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पांच अंक निर्धारित हैं, तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 250 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।

Briefly discuss the following:

निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:

1. Distribution channel.
वितरण प्रणाली
2. Functions of packaging.
पैकेजिंग के कार्य
3. Cyber marketing.
साइबर विपणन
4. Buying motives.
क्रय प्रेरणाएं
5. Objectives of personal selling.
वैयक्तिक विक्रय के उद्देश्य
6. Components of physical distribution.
भौतिक वितरण के विभिन्न तत्व
7. Limitations of marketing research.

- विपणन अनुसंधान की सीमाएं
8 Advertising.
विज्ञापन

Section-B

भाग- ख

Section 'B' contains 04 long answer-type questions of 10 marks each. Learners are required to answers 02 questions only.

भाग ख में चार दीर्घ प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए दस अंक निर्धारित हैं।

1. What do you understand by marketing research? Explain the scope, importance and functions of marketing research.
विपणन अनुसंधान से आप क्या समझते हैं ? विपणन अनुसंधान के क्षेत्र, महत्व एवं कार्यों का वर्णन कीजिए।
2. What is market segmentation? What is its relevance in marketing? Discuss in detail different basis for segmentating the market.
बाजार विभक्तिकरण क्या है? इसकी विपणन में क्या प्रासंगिकता है? बाजार को विभक्त करने वाले विभिन्न आधारों की विस्तारपूर्वक चर्चा कीजिए।
3. Explain in detail the social, ethical and legal aspects of marketing.
विपणन के सामाजिक, नैतिक एवं कानूनी पक्षों को विस्तार पूर्वक बताइये।
4. Explain the meaning of product life cycle strategies. What are the importances of product life cycle?
उत्पाद जीवन चक्र रणनीतियों की व्याख्या कीजिए।

श्रद्धावान् लभते ज्ञानम्